

## Semiotika Visual Logo RSU.Surya Husadha Denpasar

I Nyoman Jayanegara

Program Studi Teknik Informatika, STMIK STIKOM Indonesia  
Jl.Tukad Pakerisan No.97, Denpasar, 80225  
e-mail : [jayanegara@stiki-indonesia.ac.id](mailto:jayanegara@stiki-indonesia.ac.id)

Received : Juni 2017

Accepted : Juli 2017

Published : Oktober 2017

### Abstrak

*Logo merupakan sebuah tanda gambar yang menggambarkan identitas dan citra bagi entitasnya, dimana citra dan karakter perusahaan dikomunikasikan dengan khalayak dengan menggunakan elemen tulisan dan elemen gambar. Gambar dan tulisan sebagai elemen pembentuk logo merupakan sebuah sistem tanda yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan mengenai jenis usaha, citra, atau bahkan karakter perusahaan kepada masyarakat. Tanda-tanda yang digunakan dalam sebuah logo merupakan tanda-tanda yang mudah dipahami dan telah disepakati secara konvensional sehingga mampu secara cepat berkomunikasi dengan khalayak. RSU. Surya Husadha sebagai sebuah entitas berusaha mengkomunikasikan pesan mengenai jenis usaha serta citra dari perusahaan dengan menggunakan system tanda kepada masyarakat. Tanda-tanda visual yang digunakan berupa elemen tulisan dan elemen gambar pada logo RSU.Surya Husadha, dianalisa menggunakan teori semiotika yang diungkapkan oleh Ferdinand de Saussure dan Charles Sander Peirce. Hasil yang didapat adalah logo RSU.Surya Husadha memiliki filosofi yang dalam tentang sebuah kehidupan yang digambarkan melalui simbol air dan benih. Hidup dan kehidupan membutuhkan sebuah keseimbangan atas segala realitas dan konsekuensi yang ada dimana filosofi tersebut digambarkan melalui logotype dan logogram sebagai elemen pembentuk logo perusahaan.*

**Kata Kunci:** logo, tanda, RSU.Surya Husadha

### Abstract

*The logo is a picture mark that depicts the identity and image for the entity, where the image and corporate character are communicated with the audience by using the element of writing and image. Images and writing as a logo forming element is a sign system that aims to communicate messages about the type of business, image, or even the company's character to the public. The signs used in a logo are easily understood and conventionally agreed to be able to communicate quickly with the audience. RSU.Surya Husadha as an entity seeks to communicate the message about the type of business as well as the image of the company by using the sign system to the community. Visual signs used in the form of writing and drawing elements in the RSU.Surya Husadha logo, analyzed using semiotic theories expressed by Ferdinand de Saussure and Charles Sander Peirce. The results obtained are RSU.Surya Husadha logo has a deep philosophy about a life depicted through water and seed symbols. Life and existence require a balance of all the realities and consequences that exist where the philosophy is portrayed through logotype and logogram as forming elements of the company logo.*

**Keywords:** logo, signs, RSU.Surya Husadha

## 1. PENDAHULUAN

Logo merupakan sebuah identitas visual yang merepresentasikan sebuah entitas, dimana entitas ini dapat berupa organisasi, perusahaan, produk perusahaan, dan atau lembaga. Identitas visual tersebut diwakilkan dengan elemen gambar dan elemen tulisan yang menggambarkan citra atau karakter dari entitas tersebut. Logo atau tanda gambar yang terdiri dari unsur bentuk dan warna, merupakan sebuah identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra atau karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Logo juga merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, dan eksistensi suatu perusahaan atau produk perusahaan [4].

Gambar dan tulisan sebagai elemen pembentuk logo merupakan sebuah sistem tanda yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan mengenai jenis usaha, citra, atau bahkan karakter perusahaan kepada masyarakat. Tanda-tanda yang digunakan dalam sebuah logo merupakan tanda-tanda yang mudah dipahami dan telah disepakati secara konvensional sehingga mampu secara cepat berkomunikasi dengan khalayak.

Logo yang baik diharapkan mampu berkomunikasi dengan publik dimana logo merupakan salah satu bentuk komunikasi visual. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan digunakan untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan, dimana arti, makna, atau pesan ini dapat diwakilkan melalui unsur-unsur pembentuk dari logo itu sendiri [4]. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan menimbulkan sebuah sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki dan menjaga *image* perusahaan pemilik logo tersebut.

RSU.Surya Husadha sebagai sebuah entitas berusaha mengkomunikasikan pesan mengenai jenis usaha serta citra dari perusahaan dengan menggunakan logo kepada masyarakat. Logo yang dimiliki RSU.Surya Husadha merupakan logo yang telah mengalami pembaharuan, dimana pembaharuan disini dilakukan dengan menyederhanakan elemen gambar (logogram) pada logo lama. Sehingga penggunaan tanda dan sistem tanda yang mengindikasikan sebagai

sebuah rumah sakit tidak terlihat secara signifikan. Logo lama banyak menggunakan sistem tanda (simbol dan ikon) yang mengindikasikan sebuah entitas rumah sakit, yang kemudian dihilangkan pada logo baru. Simbol-simbol pada logo baru merupakan sebuah deformasi bentuk dengan menonjolkan filosofi dari bentuk-bentuk yang digunakan. Menarik untuk dilihat penggunaan tanda-tanda dan sistem tanda yang digunakan pada logo RSU.Surya Husadha sebagai salah satu bentuk komunikasi visual entitas kepada khalayak, kemudian filosofi dan makna apa yang terkandung pada logo RSU.Surya Husadha itu sendiri.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Teori Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion*, yang berarti tanda, dimana semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda, fungsi tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain [10]. Tanda itu sendiri dapat diamati atau dibuat teramat. Di dalam kehidupan keseharian, tanda selalu akan dijumpai baik itu disadari maupun tidak. Tanda tersebut tidak selalu berupa benda, adanya peristiwa maupun tidak, atau suatu kebiasaan dapat dikatakan tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan informasi atau pesan baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal sehingga bersifat komunikatif.

Semiotika menurut Culler, adalah instrumen pembuka rahasia teks dan penandaan, karena semiotika adalah puncak logis dari apa yang disebut *Derrida* sebagai logosentrisme budaya barat. Semiotika berawal dari kritik atas asumsi logosentrisme bahwa konsep-konsep muncul mendahului dan bebas dari ekspresinya [2].

Semiotika menurut Berger memiliki dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure dan Charles Sander Peirce [10]. Saussure meletakkan tanda dalam konteks menurut Bartens mengungkapkan bahwa komunikasi manusia dengan pemilahan antara *signifiant* (penanda) dan *signifie* (petanda). *Signifiant* adalah bunyi yang bermakna coretan yang bermakna (aspek material) sedangkan *signifie* adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep (aspek mental) dari bahasa [2]. Pradopo pun memaparkan bahwa aspek penanda menurut

Saussure terletak pada tingkatan ungkapan (*level of expression*) dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti bunyi, huruf, kata, gambar, warna, objek dan sebagainya. Petanda terletak pada *level of content* (tingkatan isi atau gagasan) dari apa yang diungkapkan melalui tingkatan ungkapan dimana hubungan antar keduanya menghasilkan makna [10].

Menurut Peirce, tanda (*representamen*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda dalam hubungannya dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda dengan acuannya ada hubungan kemiripan dan biasa disebut metafora. Bila ada hubungan kedekatan eksistensi disebut dengan indeks, sedangkan simbol adalah tanda yang diakui keberadaannya berdasarkan hukum konvensi [10].

Tanda menurut Kurniawan, memiliki empat hal yang dapat diuraikan sebagai berikut, pertama, substansi ekspresi, misalnya suara dan artikulator. Kedua, bentuk ekspresi yang dibuat dari aturan-aturan sintagmatik dan paradigmatis. Ketiga, substansi isi yang termasuk di dalamnya aspek emosional, ideologi, atau pengucapan sederhana dari petanda. Empat, bentuk isi adalah susunan formal petanda diantara petanda-petanda itu sendiri [2].

Desain komunikasi visual (DKV) mempunyai tanda berbentuk bahasa verbal dan visual, serta menunjuk teks DKV dan penyajian visualnya juga mengandung ikon terutama berfungsi dalam sistem-sistem non kebahasaan untuk mendukung peran kebahasaannya, maka pendekatan semiotik terhadap DKV layak diterapkan [10]. Berdasarkan pendapat Tinarbuko inilah penulis menggunakan teori semiotika yang diungkapkan oleh Saussure dan Peirce untuk menganalisa makna dari logo dalam penelitian ini.

## 2.2 Logo

Logo atau tanda gambar merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra atau karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi [4]. Istilah logo merupakan sebutan umum, jika dilihat lebih spesifik, logo bisa berupa rangkaian huruf, bentuk gambar,

atau gabungan huruf dan gambar. Logo berupa huruf disebut *logotype*, logo yang berwujud gambar disebut logogram sedangkan logo yang memuat kedua unsur tersebut tidak memiliki sebutan khusus namun biasa disebut logo [9], sedangkan Per Mollerup dalam Taxonomy of Trademark memaparkan elemen-elemen pembentuk dalam sebuah logo dapat berupa *picture mark* dan *letter mark* atau bisa disebut dengan elemen gambar dan elemen tulisan [5]. Logo disusun dari berbagai unsur seperti huruf, garis, bentuk-bentuk abstrak, dan warna [3].

Logo berfungsi sebagai media promosi yang tidak dapat diabaikan, karena mampu menyampaikan pesan dan kesan yang akan memberikan keuntungan besar dan popularitas bagi perusahaan di masa depan [3]. Hal senada diungkapkan oleh Baroto, logo yang berhasil merupakan aset terbesar bagi perusahaan, yang mungkin nilainya lebih tinggi dibandingkan aset-aset lain yang berupa barang. Pernyataan ini dikuatkan kembali oleh sebuah *survey* yang dilakukan oleh Neutron LLC yang merupakan sebuah perusahaan konsultan spesialis bidang *branding* di Amerika mengenai produk minuman *Coca Cola* dijual tanpa menggunakan logo *Coke/Coca Cola*, maka nilai *market capital*-nya hanya akan mencapai kurang dari 50 % [4].

## 3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Metode observasi dilakukan dengan pengamatan serta mempelajari secara langsung bentuk logo dan aplikasinya pada media di RSU. Surya Husadha yang berlokasi di jalan Pulau Serangan No. 7 Denpasar-Bali.
- Metode wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung, yaitu dr. Donny Susanto, MARS, yang merupakan kepala bagian *marketing* dari tahun 2008 sampai 2011 di RSU. Surya Husadha Denpasar. dr. Donny ini merupakan kepala tim *conceptor* untuk perubahan logo RSU. Surya Husadha yang beranggotakan oleh kalangan seniman dan tokoh masyarakat. Informan ini layak digunakan karena mengetahui seluk beluk mengenai perubahan logo baik dari konsep maupun dari bentuk logo itu sendiri.
- Metode kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data melalui buku-buku

- mengenai desain komunikasi visual dan logo
- d. Analisis Semiotika, analisis yang didasarkan pada fokus tanda-tanda visual atau simbol-simbol yang digunakan sebagai elemen pembentuk logo.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk-bentuk yang digunakan pada logo merupakan sebuah sistem tanda, dimana tanda tersebut mampu memberikan sebuah makna bagi pemiliknya. Logo RSU. Surya Husadha akan berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan dipahami oleh khalayak.



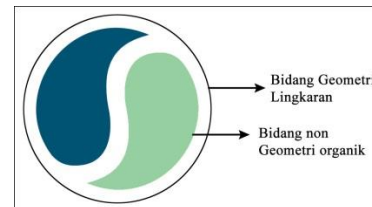
Gambar 1. Logo RSU. Surya Husadha  
[sumber: dokumentasi penulis]

Menurut teori yang diungkapkan oleh Saussure, maka *signifiant* (penanda) dapat berupa bentuk logo RSU. Surya Husadha itu sendiri, sedangkan *signifie* (petanda) merupakan arti atau makna dari logo RSU. Surya Husadha. Logo yang merupakan penanda merupakan identitas atau petanda dari RSU. Surya Husadha, namun jika dilihat lebih dalam petanda (makna) tersebut dapat dilihat dari karakter maupun kesan dari masing-masing elemen pembentuk logo tersebut.

Sebelum melihat pemaknaan dari bentuk akan lebih baik jika melihat dari segi penamaan (*lettermark*) logo RSU. Surya Husadha. Kata Surya Husadha, secara etimologis dari dua suku kata yaitu; Surya dan Husadha. Surya berarti matahari [5], dimana matahari merupakan sumber kehidupan di Bumi [7]. Kata Husadha sendiri berasal dari kata *Usada* yang berarti obat atau menolong orang yang sakit [8]. Berdasarkan pengertian tersebut kata Surya Husadha (penanda) dapat berarti obat atau sumber pengobatan yang mampu memberikan kehidupan bagi orang lain (petanda). Pengertian tersebut sangat sesuai dengan jenis usaha dari RSU. Surya Husadha itu sendiri, yaitu bergerak pada jasa pelayanan kesehatan.

Bentuk pada logo baru RSU. Surya Husadha terdiri dari dua bidang utama, yaitu bidang geometri lingkaran dan bidang non geometri organik (gambar 2). Bidang geometri lingkaran

memiliki karakter yang formal, dinamis, tak berawal dan berakhir, sempurna, dan kehidupan sedangkan bidang non geometri organik memiliki kesan santai, dan dinamis.



Gambar 2. Bidang pada logo baru RSU. Surya Husadha  
[sumber: dokumentasi penulis]

Pemilihan elemen warna (biru dan hijau) pada logo baru RSU. Surya Husadha bersifat dingin dan memiliki karakter ketenangan dan kehidupan, sedangkan jika dilihat dari komposisi warna yang digunakan memiliki karakter keharmonisan dan keselarasan. Pemilihan huruf *Trajan Pro* sebagai *lettermark* pada logo berdasarkan wawancara dengan informan menandakan sebuah keunikan dan keeksklusifan sedangkan penggunaan huruf *Myriad Pro* yang merupakan jenis huruf *Text* menandakan sebuah keluwesan dan kemudahan dalam membaca (gambar 3).

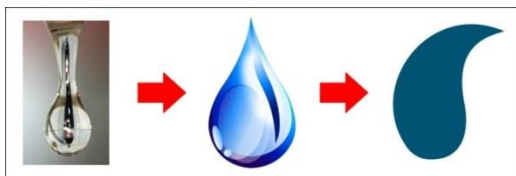


Gambar 3. Typeface *Trajan Pro* (Serif) dan *Myriad Pro* (Sans Serif) pada logo RSU. Surya Husadha  
[sumber: dokumentasi penulis]

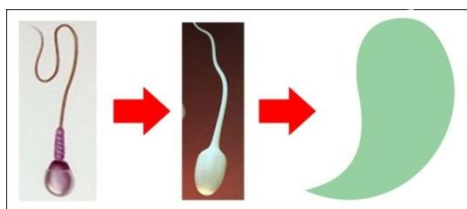
Jadi dapat dikatakan bentuk logo memiliki kesan (petanda) sebuah kedinamisan, ketenangan, keharmonisan, keselarasan, keeksklusifan, dan kehidupan. Elemen-elemen pembentuk logo beserta karakter yang menyertainya sengaja dipilih untuk menggambarkan RSU. Surya Husadha.

Melihat tanda dalam hubungannya dengan acuannya seperti yang diungkap oleh Peirce, maka logo baru RSU. Surya Husadha terdiri dari simbol tetesan air dan benih. Air dan benih ini menurut informan dr. Donny melambangkan sebuah siklus kehidupan. Air menurut Campbell adalah substansi yang memungkinkan terjadinya kehidupan, sedangkan benih yang dimaksudkan disini merupakan sebuah sperma [1]. Sperma merupakan sel kelamin jantan, dimana pada saat sel telur dan sperma

bergabung mampu menghasilkan pembuahan yang merupakan proses awal dari sebuah kehidupan. Jika dilihat dari kedua pengertian tersebut, maka benar bahwa pemilihan simbol air dan benih memiliki makna tentang siklus kehidupan. Kedua simbol tersebut dapat dikatakan sebagai penanda yang memiliki petanda sebagai perlambang kehidupan. Pemilihan warna pun merupakan sebuah tanda yang mendukung dari bentuk itu sendiri. Simbol Air dipilih warna biru karena sesuai dengan kenyataan namun pemilihan warna hijau untuk simbol benih dikarenakan benih merupakan sumber kehidupan dan warna hijau memiliki karakter kesegaran dan kehidupan. Simbol tetesan air dan benih dapat dilihat pada gambar 4 dan 5.



Gambar 4. Simbol air pada logo RSU. Surya Husadha  
[sumber: dokumentasi penulis]



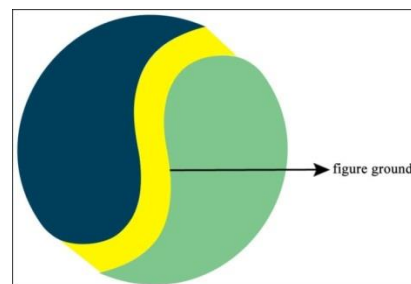
Gambar 5. Simbol benih pada logo RSU. Surya Husadha  
[sumber: dokumentasi penulis]

Selanjutnya simbol-simbol tetesan air dan benih tersebut mengalami proses deformasi dalam logo RSU. Surya Husadha seperti pada gambar 4 dan 5, hal ini dimaksudkan agar memudahkan khalayak untuk mengingatnya.

Pemilihan elemen-elemen pembentuk logo RSU. Surya Husadha menurut dr. Donny berawal dari filosofi bahwa RSU. Surya Husadha sebagai rumah sakit yang berangkat dari sebuah realitas bahwa hidup ada diantara kelahiran dan kematian dan kebutuhan mendasar dari manusia tidak hanya untuk hidup namun untuk kehidupan. Hidup dan kehidupan membutuhkan sebuah keseimbangan atas segala realitas dan konsekuensi yang ada. RSU. Surya Husadha tidak hanya sebagai sebuah tempat untuk mencari pengobatan dan penyembuhan namun lebih

dari itu RSU. Surya Husadha juga sebagai institusi layanan kesehatan yang menyeluruh serta sebagai tumpuan keseimbangan tersebut.

Jika melihat filosofi RSU. Surya Husadha, maka dapat disimpulkan bahwa logo RSU. Surya Husadha memiliki makna tentang kehidupan. RSU. Surya Husadha diharapkan sebagai tumpuan keseimbangan dalam siklus kehidupan. Tumpuan keseimbangan pada logo RSU. Surya Husadha digambarkan dalam *figure ground* berbentuk huruf S yang merupakan akronim dari nama Surya Husadha (gambar 6). Posisi *figure ground* tersebut berada pada posisi tengah-tengah pada *logogram* yang akan menyeimbangkan proses kehidupan (tetesan air dan benih) tersebut. Pemaknaan tentang siklus kehidupan tersebut digambarkan secara tepat melalui elemen-elemen pembentuk logo baik dari segi *picturemark* (gambar) dan *lettermark* (tulisan) dan dari segi penamaan.



Gambar 6. *figure ground* pada logo baru RSU. Surya Husadha  
[sumber: dokumentasi penulis]

Melihat kembali pada proses komunikasi, logo RSU. Surya Husadha sebagai penanda dapat memiliki dua petanda yaitu sebagai identitas maupun sebuah tumpuan keseimbangan dalam siklus kehidupan.

## 5. KESIMPULAN

Pemilihan bentuk-bentuk tersebut berawal dari konsep sebuah rumah sakit yang berangkat dari sebuah realitas bahwa hidup ada diantara kelahiran dan kematian. Kebutuhan mendasar dari manusia tidak hanya untuk hidup namun untuk kehidupan. Namun jika dilihat dari makna-makna yang terkandung di dalam logo RSU. Surya Husadha maka dapat dilihat bahwa logo ini memiliki filosofi yang dalam tentang sebuah kehidupan yang digambarkan melalui simbol air dan benih. Hidup dan kehidupan membutuhkan sebuah keseimbangan atas segala realitas dan konsekuensi yang ada. RSU.

Surya Husadha tidak hanya sebagai sebuah tempat untuk mencari pengobatan dan penyembuhan namun lebih dari itu RSU. Surya Husadha juga sebagai institusi layanan kesehatan yang menyeluruh serta sebagai tumpuan keseimbangan tersebut, dimana filosofi tersebut digambarkan melalui *logotype* dan logogram sebagai elemen pembentuk logo perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Campbell, Neil.A, Jane.B Reece, 2002. *Biologi Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- [2] Kurniawan, 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatara.
- [3] Kusmiati R, Artini, dkk, 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- [4] Kusrianto, Adi, 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- [5] Poerwadarminta, W.J.S, 1986. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- [6] Rustan, Surianto, 2010. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Samadi, 2006. *Geografi 1 SMA kelas X*. Jakarta: Yudhistira.
- [8] Shodiq, Noor, dkk, 1996. *Pengkajian Nilai-Nilai Luhur budaya Spiritual Bangsa Daerah Jawa Tengah Vol.5*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- [9] Supriyono, 2010. Rakhmat, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- [10] Tinarbuko, Sumbo, 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.